



9-Monatsbericht Zum 30.09.2004



FÜR WEITERE INFORMATIONEN WENDEN SIE SICH BITTE AN:

Dr. Scheller Cosmetics AG
Schillerstraße 21-27
D-73054 Eisligen
Telefon: +49 (0) 7161-803 0
Telefax: +49 (0) 7161-803 300
E-Mail: Aktie@Dr-Scheller-Cosmetics.de

FINANZKALENDER

15. November 2004	Veröffentlichung 9-Monatsbericht 2004
April 2005	Bilanzpresse- / Analystenkonferenz
17. Mai 2005	Veröffentlichung 3-Monatsbericht 2005
15. Juni 2005	Hauptversammlung
15. August 2005	Veröffentlichung 6-Monatsbericht 2005
15. November 2005	Veröffentlichung 9-Monatsbericht 2005

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2004

	01.01.04- 30.09.04 T €	01.01.03- 30.09.03 T €
Umsatz	58.204	57.400
Umsatzrendite (%)	-2,65	0,05
EBITDA	1.846	2.529
EBIT	-666	82
EBT	-1.463	44
Mitarbeiter	383	431
Cash flow	1.907	219*
Investitionen	1.572	6.210*
Abschreibungen	2.512	2.447
DVFA/SG-Ergebnis	-1.545	27
Ergebnis je Aktie nach DVFA/SG (EUR)	-0,24	0,00

*vgl. Kapitalflussrechnung

WKN 720 130

ISIN DE0007201303

DOS

BERICHT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Freunde der Dr. Scheller Cosmetics AG

Der Nettoumsatz lag in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres mit 58.204 T€ rund 1,4 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Damit konnte der im Vorjahr erfolgte Umsatzverlust eines maßgeblichen Kunden kompensiert und sogar ein leichtes Wachstum erzielt werden.

Der Inlandsmarkt ist aufgrund der schwachen Binnenkonjunktur stark unter Druck. Dies drückt sich vor allem durch einen leichten Umsatzrückgang bei den Handelsmarken aus. Die positive Entwicklung der Umsätze im Ausland mit unseren Marken MANHATTAN und MANHATTAN CLEARFACE hält weiter an.

Danach liegen die Umsätze aufgeteilt nach Geschäftsbereichen zum 30.09.2004 mit unseren Marken im Inland bei Plus 2,8 % und im Ausland bei Plus 4,5 % während die Umsätze aus dem Bereich des Zahn- und Mundpflegesegments auf Vorjahresniveau stagnieren.

Das EBIT im 3. Quartal 2004 ist weiterhin im Vergleich zum Vorjahreszeitraum belastet mit der in 2004 durchgeführten periodengerechten Abgrenzung der Rückstellungen für Erlösschmälerungen, sowie einem weiterhin signifikanten Bestandsabbau in Höhe von 3.778 T€ und den Aufwendungen für die Restrukturierung. Das EBIT liegt daher bei -666 T€ (im Vorjahr 82 T€).

Das unter dem Motto „Big Wave“ vor sieben Monaten gestartete Restrukturierungsprogramm sowie die Reorganisation der Supply Chain zeigen erste Erfolge, die sich nachhaltig positiv in 2005 auf das Ergebnis auswirken werden. So konnten trotz deutlichem Bestandsabbau und reduzierter Mitarbeiterzahl um 46 Stellen nicht nur die Umsätze, sondern auch das hohe Niveau der Lieferbereitschaft unserer Produkte gesteigert und Arbeitsprozesse optimiert werden.

BERICHT DES VORSTANDS

Wir erwarten, dass der Restrukturierungsprozess zum Jahresende weitgehend abgeschlossen sein wird. Damit sind wir mit der Zielsetzung, unser Unternehmen der veränderten Marktlage und dem veränderten Wettbewerbsumfeld anzupassen, auf einem Erfolg versprechenden Weg.

Der Vorstand



Dr. Ulrich Scheller
FuE, Produktion, Beschaffung



Reinhold Schlensok
Vertrieb, Marketing



Dr. Sebastian Feichtmair
Finanzen, Controlling, Personal

DIE MARKEN DER DR. SCHELLER COSMETICS AG



MANHATTAN

Im September 2004 konnte die Marke MANHATTAN mit den Produktneueinführungen „Wake up Make up“ und „Wake up Concealer“ die starke Position im Hautpflegebereich ausbauen und Marktanteile in diesem Segment für sich gewinnen. Die Innovationen für einen strahlenden Teint gleichen Unebenheiten aus und verleihen durch lichtreflektierende Pigmente ein frisches und erholt Aussehen.

Ob Yoga oder Ayurveda, in Europa ist die „Indiamanie“ ausgebrochen und im Herbst 2004 setzt MANHATTAN auch im Kosmetikbereich mit der aktuellen Herbst-/ Winterpromotion „Hot India“ gleichnamige Trends. Innovative Produkte wie die High Shine Eyeshadow Kreide oder die Original Kajal Cream zaubern ein intensives Augen Make up geprägt von der Mystik und den Farben Indiens. Im Rahmen der Kommunikation für die „Hot India“ Promotion sponsert MANHATTAN die CD „beauties“ und bildet im booklet verschiedene Stylingtipps passend zu den Promotion-Produkten ab.

Auch im Nagelbereich hat MANHATTAN den Trend der Nagelpflege erkannt. Die Nagelpflegepromotion im Sommer 2004 konnte dank der Starprodukte Maximum Growth und Calcium Plus Gel einen beachtlichen Erfolg erzielen.

Alles rund um das Thema Glitzer und Glitter bietet MANHATTAN mit der diesjährigen x-mas Promotion „Let's celebrate“. Der cremige Eyeshadow in langhaftender und wasserfester Textur und das Shimmer Powder für tolle Glanz-Effekte auf Gesicht und Dekolleté schaffen einen Look in ausdrucksstarken Farben mit Glitzerpigmenten für die Festtage. Begleitet wird die Promotion von einer zielgruppenspezifischen Gewinnspielaktion mit dem Kooperationspartner debitel. Über Produktbroschüren am POS oder unter www.manhattan-cosmetics.com verlost MANHATTAN unter allen Teilnehmern hochwertige Sony Ericsson Handys.



MANHATTAN CLEARFACE

Seit der Einführung der neuen und überarbeiteten MANHATTAN CLEARFACE Produkte im Zuge des Relaunches 2004 konnte ein enormer Abverkaufserfolg verzeichnet werden. Die Marke etablierte sich in allen drei Pflegephasen (Clean, Care und Cover) und konnte somit Abverkaufszuwächse von 10-20% erzielen. MANHATTAN CLEARFACE hat eine klare Differenzierung gegenüber dem Wettbewerber erreicht und sich als kompetenter und sympathischer Problemlöser für junge, unreine Haut präsentiert.

Mit der Neuprodukteinführung der „Waschcreme&Maske“ als Kombiprodukt mit multifunktionalem Nutzen erreicht die Marke eine Stärkung des Reinigungssegmentes. Die antibakterielle Waschcreme reinigt die Haut und befreit die Poren von Schmutz. Wird die Waschcreme als Maske mehrere Minuten auf der Haut belassen, können entzündungshemmende Wirkstoffe tiefer in die Haut eindringen und verhornte Hautschüppchen lösen.

Unter dem Motto „MANHATTAN CLEARFACE lässt Träume wahr werden“ ging die große Sommer-Gewinnspielaktion „Dreamdate Contest“ zu Ende. Unter Tausenden von Einsendungen und vielen originellen Ideen wurde schließlich die glückliche Gewinnerin ermittelt. In Zusammenarbeit mit einem professionellen Team aus Fotografen, Stylisten und Visagisten ist für die Gewinnerin ihr Traum von einem eigenen Foto-shooting wahr geworden. Die Resonanz in der Zielgruppe übertraf die Erwartungen und bestätigte zudem den Erfolg der Kommunikationsmaßnahme.

(www.manhattan-clearface.com)

KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30 September

	01.01.04- 30.09.04 T €	01.01.03- 30.09.03 T €
1. Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Jahresüberschuss	-1.545	27
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	2.512	2.447
Veränderungen Rückstellungen	1.590	-1.526
Gewinne aus Anlageabgängen	34	359
Zunahme (-) / Abnahme		
- Vorräte	2.163	-1.675
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.125	348
- andere Aktiva	1.432	4.178
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie andere Passiva	-3.154	-3.939
Cash flow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.907	219*
2. Cash flow aus der Investitionstätigkeit		
- Auszahlung für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-1.209	-6.173
- Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-206	-37
- Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-157	0
Cash flow aus der Investitionstätigkeit	-1.572	-6.210*

*Auf Grund der Umgliederung der Investitionen in Shoptheken i.H.v. 253 T€ vom Sachanlagevermögen in das Umlaufvermögen ergab sich hier ein Aktiv-/Aktiv-Tausch.

Die Abgrenzung erfolgt nun quartalsmäßig – entsprechend dem Jahresabschluss – und nicht wie bisher zum Geschäftsjahresende.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

1. Januar bis 30. September

	01.01.04- 30.09.04 T €	01.01.03- 30.09.03 T €
3. Cash flow aus der Finanzierungstätigkeit		
Auszahlungen der Dividende des Vorjahrs und Erwerb eigener Aktien	0	-1.159
Auszahlungen aus der Tilgung von Krediten	-445	-340
Cash flow a. d. Finanzierungstätigkeit	-445	-1.499
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Zwischensumme 1 bis 3)	-110	-7.490
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	-11.442	-4.816
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	-11.552	-12.306
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	424	1661
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-11.976	-13.967
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	-11.552	-12.306

EIGENKAPITALENTWICKLUNG

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	Gesamt
Stand am 01.01.03	6.500	7.800	406	1.243	15.949
Dividende für das Vorjahr				-1.159	
Periodenüberschuss				27	
Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile					
Übrige Veränderungen					
Stand am 30.09.03	6.500	7.800	406	111	14.817
Stand am 01.01.04	6.500	7.800	406	-2.417	12.289
Dividende für das Vorjahr				-1.545	
Periodenüberschuss					
Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile			-60		
Übrige Veränderungen				60	
Stand am 30.09.04	6.500	7.800	346	-3.902	10.744

GESCHÄFTSVERLAUF NACH SEGMENTEN

	01.01.04- 30.09.04 T €	01.01.03- 30.09.03 T €
Umsatz nach Segmenten		
Körperpflege	42.121	41.365
Zahn- und Mundpflege	16.038	16.035
	58.204	57.400
Periodenergebnis		
Körperpflege	-1.118	17
Zahn- und Mundpflege	-427	10
	-1.545	27